

# Technik als Segen oder Fluch?

Teil 2: Lieber authentisch als perfekt!

von Melanie Eschle, Thorsten Jekel und Ralf Schmitt

Foto: © andreysha74 - stock.adobe.com

Zur Zeit boomen digitale Events und ihre Anbieter schießen wie Pilze aus dem Boden. Doch perfekte Streamingtechnik ist noch keine Garantie für ein gutes Event. Dafür braucht es Emotionen und ein Gefühl von Gemeinschaft und es muss authentisch sein. Ebenso trägt eine gelungene Interaktion zum Erfolg bei. Wie Sie mit Ihren digitalen Events Begeisterung wecken können, erfahren Sie in dieser dreiteiligen Serie.

Zur Gestaltung eines Online-Events kommen täglich Tools auf den Markt, die immer einfacher zu bedienen sind. Doch ist ihr Einsatz auch sinnvoll? Gerade bei der Kommunikation auf Distanz gilt es, Vertrauen aufzubauen. Das gelingt jedoch mehr mit Authentizität – und weniger über technische Perfektion.

Möglichst genaue Planung, Vorbereitung und Proben sind für den reibungslosen Ablauf eines digitalen Events absolut nötig. Hier sollten die einzelnen beteiligten Gewerke tatsächlich möglichst perfekt miteinander verzahnt sein. Auch die Streamingtechnik, als weiterer wichtiger Garant für einen störungsfreien Ablauf, muss neben einwandfreier Qualität in Bild und Ton top aufgestellt sein. Doch ein sauberer Stream macht noch kein Event. Gerade die darüber hinaus verfügbaren digitalen

Möglichkeiten eines solchen Formates machen, im Vergleich zu einem klassischen Event, seinen Reiz aus. Die Entwicklung von interaktiven Tools, einfach zu bedienender Software und virtueller Ersatz für reale Räume und Gegenstände ist rasant. Was auf den ersten Blick und im Eifer der Umstellung auf digitale Events dabei jedoch leicht aus den Augen verloren wird, sind die unterbewussten Bedürfnisse der Teilnehmer auf der anderen Seite des Bildschirmes nach Authentizität und Nähe.

## Digitalisierung ist kein Selbstzweck

Digitalisierung sollte niemals reiner Selbstzweck sein. Um ein gutes Online-Event zu veranstalten stellt sich daher die Frage: Was ist das Besondere an Events, wenn der bloße Konsum von Shows, Musik oder das Einholen von Informationen heute leicht auch ohne direkte Teilnahme möglich ist?

Es geht im Kern darum, an einmaligen Erlebnissen teilzunehmen, Wertschätzung zu spüren und dabei gemeinsam mit Menschen in Austausch zu sein.

Einerseits entwickeln sich Events aktuell aus der realen Welt hin zu einer digitaleren Form. Andererseits verbindet sich das Internet mehr und mehr mit realen Gegenständen und Begebenheiten. Dabei ist die Technik in vielen Fällen bereits so weit entwickelt, dass die Realität komplett ausgeblendet werden kann. Oder besser gesagt "könnte". Augmented Reality, virtuelle Messen oder auch schon ein digitaler Hintergrund im Videomeeting sind nur einige Beispiele dafür.

So verlockend die technischen Möglichkeiten auch sind, ihr Einsatz hat immer auch eine Wirkung auf den Zuschauer. Sie

sollten daher sehr bewusst und im Hinblick auf das anvisierte Kommunikationsziel und die Zielgruppe des jeweiligen Events genutzt werden.

### Auch digitale Kommunikation erfolgt unterbewusst

Aus Veranstaltersicht ist das Ziel eines Events, insbesondere im Businessbereich, die Vermittlung von relevanten Inhalten wie zum Beispiel neue Unternehmensstrategien, Expertentagungen oder Produktpräsentationen. Doch Kommunikation besteht nicht nur aus dem reinen Informationsaustausch, sondern passiert auf vielfältigen, häufig unterbewussten, Ebenen. Gestik, Mimik, Stimme sind wesentliche Faktoren, die dazu beitragen, eine persönliche Beziehung zu unserem Gegenüber aufzubauen und damit eine Vertrauensbasis zu schaffen. Sie stellt eine wesentliche Grundlage dar, um Geschäfte zu machen oder Mitarbeiter zu führen, und sollte beim Einsatz von virtuellen Welten, wie sie zum Beispiel in der Messebranche mehr und mehr angeboten werden, berücksichtigt werden.

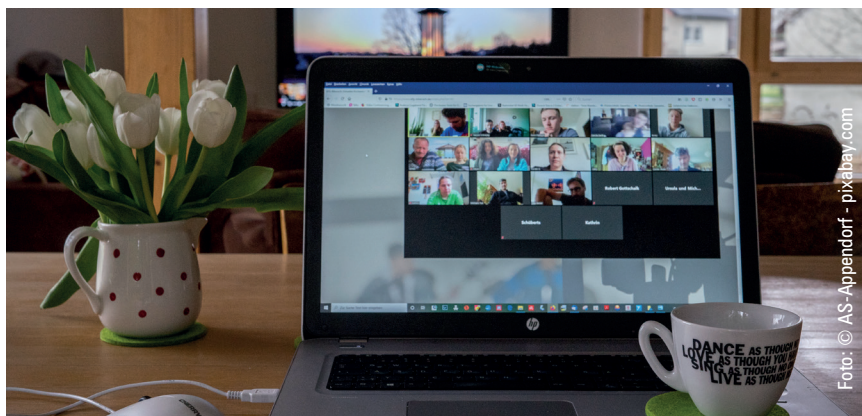
Dabei hat auch der Veranstaltungsort – egal ob real, hybrid oder komplett virtuell einen großen Einfluss darauf, wie authentisch und damit vertrauenswürdig das Unternehmen wahrgenommen wird und trägt somit nicht unwesentlich zum Vertrauensaufbau auf der Empfängerseite bei.

### Gute Qualität bei authentischer Präsentation

Ein digitales Event kann sich in verschiedenen Formaten präsentieren. Je nach Digitalisierungsgrad werden die gewünschten Inhalte einer Veranstaltung dabei mit sehr unterschiedlicher Wirkung an das Zielpublikum transportiert.

### Desktop-Broadcasting

Diese Form des digitalen Events findet zu 100 Prozent am Bildschirm statt. Dazu



Kreative Ideen zur gemeinsamen Interaktion schaffen einen Mehrwert bei digitalen Events.

werden alle Inhalte aus einer technischen Zentrale heraus gesteuert. Alle Akteure werden remote in den Stream geschaltet und das Publikum nimmt ausschließlich online teil.

**Vorteil:** Das Event findet komplett dezentral statt. Es entstehen keine Reisezeiten und -kosten. Die Veranstaltung ist unabhängig von den äußeren Rahmenbedingungen flexibel durchführbar, sofern auf allen Seiten eine Internetverbindung und entsprechende Empfangsgeräte vorhanden sind.

**Nachteil:** Beim Desktop-Broadcasting handelt es sich um ein sehr technisches Format. Es gibt keinen zentralen Veranstaltungsort als Ankerpunkt des Events mit dem sich die Teilnehmenden identifizieren können. Abwechslung in der Bildgestaltung und ein einheitliches Design des Events sind begrenzt.

### Hybrides und teilhybrides Event

Hier wird aus einem Pop-up-Streaming-Studio – zum Beispiel direkt aus dem veranstaltenden Unternehmen oder einer gebuchten Location heraus – gestreamt. Die Akteure können wahlweise live vor Ort auftreten, aber auch von ihren individuellen Standorten aus in den Stream zugeschaltet werden.

Das Publikum verfolgt die Veranstaltung rein digital vom PC, Smartphone oder Tablet

aus. Bei einem komplett hybriden Event ist zusätzlich zum Online-Publikum auch Live-Publikum vor Ort anwesend.

**Vorteil:** Mit einer realen Location wird das Event für die Teilnehmer greifbarer. Es bekommt durch die Wahl des Veranstaltungsortes, der Studioausstattung, verschiedener Kameraperspektiven und realer Talkgäste vor Ort ein gewisses "look and feel", das passend zum veranstaltenden Unternehmen aufgebaut werden kann. Je nach geltenden Rahmenbedingungen zum Veranstaltungszeitpunkt kann sehr leicht von hybrid, mit Publikum und Talkgästen vor Ort, auf teilhybrid mit einem reinen Onlinepublikum und Zuschaltungen umgestellt werden.

**Nachteil:** Für die hochwertigere Präsentation der Veranstaltung durch zum Beispiel Location, Bühnenausstattung und unterschiedliche Kameraperspektiven entstehen höhere Kosten als beim reinen Desktop-Broadcasting.

In welcher Form das Event digital ausgestaltet wird, hängt dabei zum einen von den Rahmenbedingungen ab, unter denen es stattfinden kann oder soll. Zum anderen sollte bedacht werden, welches Format die relevanten Themen am besten an die Zielgruppe transportiert. Zur Orientierung: Je emotionaler die Inhalte, desto hybrider sollte das Event gestaltet werden.

## Greenscreen versus Schlüssellockmomente

Mit der gewählten Optik eines digitalen Events bietet sich ein großer Gestaltungsspielraum, um Nähe zu den Teilnehmern herzustellen und eine visuelle Klammer für das Event zu kreieren. Dank Greenscreens und virtuellen Studios gibt es viele technischen Möglichkeiten. Allerdings wirken Veranstaltungen in Hightech-Optik schnell steril, technisch und distanziert. Ein Faktor, den es gerade bei einem digitalen Event, das ohnehin schon durch sein Format eine

große Distanz zwischen Veranstaltern, Talkgästen und Teilnehmenden aufweist, nach Möglichkeit zu minimieren gilt.

Es macht in der Wirkung auf die Online-Zuschauer einen großen Unterschied, ob die Rede des Geschäftsführers vor einem digital eingerechneten Hintergrund gehalten wird, oder ob die Mitarbeiter vielleicht die Gelegenheit haben, ihre Chefin im privaten Umfeld wie zum Beispiel in ihrer Bibliothek oder dem Wohnzimmer zu sehen. Unterbewusst verarbeitet der Zuschauer einen virtuellen Hintergrund als künstlich und stellt sich die Frage, ob etwas versteckt oder verheimlicht wird. Dabei bietet sich gerade bei digitalen Events die Möglichkeit, gezielt privatere Schlüssellockmomente zu kreieren. Ein sorgfältig gewählter Blick hinter die Fassade kann dazu beitragen,

ein so dezentrales Event sehr zwischenmenschlich zu präsentieren.

## So viel technische Perfektion wie nötig – so viel Authentizität wie möglich

Trotz der vielfältigen digitalen Möglichkeiten und Tools sollte es das Ziel sein, die Infrastruktur des digitalen Events so technisch perfekt wie möglich und die Talkgäste und relevanten Inhalte so authentisch wie möglich zu präsentieren. Mit dieser gesunden Balance von Mensch und Technik entsteht ein rundherum gelungenes Event auf Distanz.



Weitere Tipps und Tricks finden Sie in dem Buch "Digitale Events" von Melanie Eschle, Thorsten Jekel und Ralf Schmitt. Es ist erschienen in der Reihe "30 Minuten" bei GABAL.

## Autorenkontakt

**Thorsten Jekel**  
Buchautor, IT-Unternehmer und  
Experte für Digital Working  
t.jekel@jekelpartner.de



ANZEIGE

## SCHALLENKAMMER® MAGNETSYSTEME

Ideen, die sich lösen lassen.

Nichts gibt Ihnen so viel Orientierung wie Magnetismus.  
**Außer vielleicht eine gute Idee.**



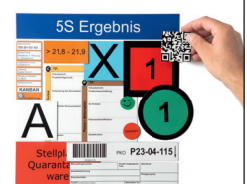
Entdecken Sie unsere neue Homepage!

Bedruckte Magnete und Magnetschilder sind überall dort unentbehrlich, wo es um schnell anwendbare und einfach austauschbare Informationen geht.

Maschinen oder als magnethaftende Überschriften und Logos für Informations- und Visualisierungstafeln. Das Management nutzt sie zur Visualisierung von Wertströmen.

Sie unterstützen die Visualisierung in Lean- und KAIZEN-Prozessen, sie leiten und organisieren, sie präsentieren und dekorieren. In der Logistik werden sie zur Kennzeichnung von Regal- und Lagerplätzen eingesetzt, in der Produktion dienen sie zum Beispiel als Warntafeln an

Lassen Sie Ihre Fantasie spielen, und nutzen Sie die Möglichkeiten unserer unverzichtbaren Helfer. Farblich bedruckte, mit beschreibbarer Oberfläche, in unterschiedlichen Formen sind sie so vielfältig einsetzbar, wie Sie es sich nur vorstellen können. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage...



Magnetsysteme | Magnetgummi | Magnetfolie | Bedruckte Magnete | Magnethaftflächen  
Tel +49 9367 / 98977-0 | Mail info@schallenkammer.de | Web www.schallenkammer.de